

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto. (2010). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta
- A.M, Sardiman. 2006. *Interaksi dan Motivasi Belajar-Mengajar*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Asrianto. 2013. Green Marketing dan Corporate Social Responsibility Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Konsumen melalui Minat Beli Produk Organik di Freshmart Kota Manado, *Jurnal EMBA*, Vol.1 No.4 Desember 2013, Hal. 2117-2129.
- Bagus Deny. (2011), *Jurnal Manajemen dan Bahan Kuliah Manajemen*, <http://jurnal-sdm.blogspot.co.id/2011/10/membangun-minat-beli-definisi-faktor.htm>, diakses tanggal 02 Agustus 2017.
- Basu, Swastha dan Irawan. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Burhanuddin, S.2011, *Hukum Bisnis Syariah*, Yogyakarta: UII Press.
- Dharmmesta, B.S. & Handoko, T.H. 2008, *Manajemen Pemasaran : Analisis Perilaku Konsumen*, Yogyakarta.
- Doni. 2012. Pengaruh Produk, Harga, Promosi, dan Distribusi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk *Projector Microvision*, *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* Vol. 1 No. 8.
- Draper, N. R. dan Smith H. 1992. *Analisis Regresi Terapan*. Terj. Ir. Bambang Sumantri. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Ferdinand (2006) dalam Andrio (2017). Analisis Pengaruh Iklan dan Celebrity Endorser terhadap Citra Merek dalam Meningkatkan Minat Beli Shampoo Pentene pada Masyarakat Kota Pekanbaru, *JOM Fekon*, Vol. 4 No. 1 (Februari) 2017, 243-256.
- Ferrinadewi, Erna.2008. *Merek dan Psikologi Konsumen*. Jakarta: Graha Ilmu.
- Ghina. 2017. Pengaruh Labelisasi Halal dan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli, *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Volume 6, Nomor 2, Februari 2017, ISSN : 2461-0593.
- Ghozali, Imam. 2006, *Aplikasi Analisis Multivarite dengan SPSS Cetakan Keempat*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2009, *Aplikasi Analisis Multivarite dengan Program SPSS*, Semarang: UNDIP.

- Gujarati, Damodar. 1994, *Ekonometrika Dasar cetakam keempat*, Jakarta: Erlangga.
- Husein, Umar. 1999, *Metode Penelitian: Aplikasi dalam Pemasaran*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Keller (1998) dalam Triastuti (2011). *Analisis Pengaruh Iklan, Kepercayaan Merek, dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen*. Nomor 1. Volume 13, halaman 39.
- Kotler, Philip & KL, Keller.2003.*Membangun Minat Beli*. Jakarta: Indeks.
- Kotler, Philip dan Armstrong. 2001. *Prinsip-prinsip Pemasaran* Edisi Kedelapan. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 2002, *Manajemen Pemasaran: Jilid 1*. Edisi Milenium. Jakarta: Prehallindo.
- Kumar, Rakesh. (2015). Impact of Promotional Activities, After Sale Service, Mileage and Resale Purchase Decision-A Consumer Behaviour Study in Automobile Industry. *Journal of Commerce & Trade*, Vol. X No. 1, April 2015, ISSN (PRINT) : 0973-4503 ISSN (ONLINE) : 2454-1702, Pages 86-95.
- Margono S. Drs. 2007, *Metologi Penelitian Pendidikan Komponen MKDK*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Murray, H. A. 1938, *Explorations in Personality*. New York: Oxford University Press.
- Narimawati, Umi. 2008, *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif, Teori dan Aplikasi*. Bandung: Agung Media.
- Nela. (2013). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, dan Promositerhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Telkomflexi (Studi kasus pada konsumen TelkomFlexi di Kecamatan Kota Kudus Kabupaten Kudus), *Journal of Social and Politic*, 2012, Halaman 1-11.
- Nugroho J, Setiadi. 2003, *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Ouwersloot, Hans and Tudorica Anamaria. 2001. Brand Personality Creation through Advertising. *Maxx Working Paper*.
- Premi. 2016. Pengaruh Label halal dan Celebrity Endorser terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen Wardah di Ponorogo), *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, Volume VI, No. 2: 83-98.
- Qardhawi, Y.2007, *Halal Dan Haram Dalam Islam*, Surakarta: Era Intermedia.

- Radji (2009) dalam Danny (2014). Analisis Pengaruh Citra Merek (*Brand Image*) dan Kepercayaan Merek (*Brand Trust*) Terhadap Loyalitas Merek (*Brand Loyalty*) ADES PT. Ades Alfindo Putra Setia, *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra* Vol. 2, No. 1, halaman 1-9.
- Riduwan. 2005. *Belajar Mudah Penelitian Untuk Guru, Karyawan dan Peneliti Pemula*, Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. 2007, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung:ALFABETA.
- Sugiyono. 2008, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Pusat Bahasa Depdiknas.
- Susanto, Perengki. 2013. Pengaruh Diferensiasi Produk dan Harga terhadap Minat Beli pada Sepeda *Fixie* di Kota Padang. *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis*, Volume 2, Nomor 1, Maret 2013
- Tjiptono, Fandy. 2004. *Strategi Pemasaran*, Andi, Yogyakarta.
- Yasnita. (2015). Pengaruh Label Halal terhadap Minat Beli Kosmetik Perawatan dan Riasan pada Mahasiswa Prodi Pendidikan Tata Rias dan Kecantikan Jurusan Kesejahteraan Keluarga Fakultas Teknik Universitas Negeri Padang. *Jurnal Tata Rias dan Kecantikan*.
- Yuli. 2012. Pengaruh Pencantuman Label Halal pada Kemasan Mie Instan terhadap Minat Pembelian Masyarakat Muslim (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Al-Washliyah, Medan), *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, Vol. 1, No. 1, Desember 2012.